

北京商业服务业的 发展与空间布局研究

Beijing ShangYe FuWuYe De

FaZhan Yu KongJian BuJu YanJiu

◎ 郭馨梅 / 著



经济科学出版社
Economic Science Press

“北京市属高等学校高层次人才引进与培养计划项目（长城学者）：北京零售企业营销管理创新研究”，项目编号为“CIT&TCD20130310”

北京市教委—科技创新平台—北京流通业发展方式转变研究（PXM2012_014213_000043）

北京市哲学社会科学首都流通业研究基地资助

北京商业服务业的发展与 空间布局研究

郭馨梅 著

经济科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

北京商业服务业的发展与空间布局研究/郭馨梅著. —北京:
经济科学出版社, 2015. 7

ISBN 978 - 7 - 5141 - 2526 - 9

I. ①北… II. ①郭… III. ①商业 - 经济发展 - 研究 - 北京市
②服务业 - 经济发展 - 研究 - 北京市 IV. ①F715②719

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 132934 号

责任编辑: 王长廷 刘 莎

责任校对: 杨 海

版式设计: 齐 杰

责任印制: 邱 天

北京商业服务业的发展与空间布局研究

郭馨梅 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编部电话: 010 - 88191217 发行部电话: 010 - 88191522

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

天猫网店: 经济科学出版社旗舰店

网址: [http: //jjkxcbs. tmall. com](http://jjkxcbs.tmall.com)

北京密兴印刷有限公司印装

710 × 1000 16 开 14. 5 印张 250000 字

2015 年 7 月第 1 版 2015 年 7 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 2526 - 9 定价: 58. 00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 010 - 88191502)

(版权所有 侵权必究 举报电话: 010 - 88191586)

电子邮箱: [dbts@ esp. com. cn](mailto:dbts@esp.com.cn))

前 言

按照 2004 年出台的《北京城市总体规划（2004~2020 年）》，北京市的发展定位为“国家首都、国际城市、文化名城和宜居城市”，基本职能是“服务”，即更好地为中央党政军领导机关服务，为日益扩大的国际交往服务，为国家教育、科技、文化和卫生事业的发展服务，为市民的工作和生活服务。这个规划以服务为中心，对产业的选择、定位和发展没有明确的表述，使北京在城市的快速建设与发展中不可避免地产生了“城市病”。体现在商业服务业方面，众多批发市场选址在市区、近郊区县，导致交通、居住、仓储、环境等一系列的问题，加重了北京的“大城市病”。2015 年，作为国际化大都市和中国的首都，北京市的常住人口已经突破了 2 000 万，雾霾常常笼罩城市的上空，影响了居民身心健康、学习和工作的有序进行，如何消除或减轻“城市病”已经迫在眉睫，且是众望所归。

今年中央政府正式出台的《京津冀协同发展规划纲要》，对北京市城市功能做了全新的定位：全国政治中心、文化中心、国际交往中心和科技创新中心，国际一流的和谐宜居之都。有序疏解北京非首都功能成为京津冀协同发展战略的核心，成为关键环节和重中之重。一般性产业特别是高消耗产业，区域性物流基地、区域性专业市场等部分第三产业，部分教育、医疗、培训机构等社会公共服务功能，部分行政性、事业性服务机构和企业总部等四类非首都功能将是疏解的重点。其中，区域性物流基地和专业市场集中了大量的外地务工人员，占据了土地、交通和物流资源，有序地成功外迁到河北、天津，就能相应降低北京人口密度，实现城市发展与资源环境相适应，为首都城市建设和经济发展提供资源保障。要贯彻落实《纲要》，首先必须“摸清家底”。只有全面了解北京商业服务业空间布局的现状与特点，才能有的放矢地制定区域性物流基地和专业市场向外迁移的政策与措施，才能

提高疏解的效率和效益。

本书以空间布局理论为依据,以北京市批发业、零售业、物流业、住宿和餐饮业为研究对象,通过对北京市商业服务业发展与空间布局的现状进行分析,并据此对未来布局发展提出了相应的对策和建议。

本书由北京工商大学经济学院郭馨梅教授负责全书写作框架和体系结构的设计,大部分章节的写作、统稿和定稿工作,经济学院潘忠副教授撰写了第一章的部分内容和第六章的全部,同时不辞辛苦进行了全书的统稿工作,孙文茜、侯艳霞、宋伟伟、郝欢等研究生为本书的完成提供了基本素材和部分内容的写作,尤其是研究生陈忱参与了第七章的撰写,并为全书数据的更新、校对付出了很多心血,经济科学出版社的责任编辑王长廷和刘莎老师的敬业精神也深深打动了我,在此一并表示感谢。

本书的出版得到了“北京市属高等学校高层次人才引进与培养计划项目——长城学者:北京零售企业营销管理创新研究”,项目编号为“CIT&TCD20130310”、北京市教委—科技创新平台—北京流通业发展方式转变研究(PXM2012_014213_000043)和北京市哲学社会科学首都流通业研究基地经费的支持。

由于水平所限,书中疏漏与不足在所难免,敬请读者批评指正。

作者

2015.7

目 录

第一章 导言	1
第一节 研究背景及意义	1
第二节 文献综述	2
一、国外学者的研究	2
二、国内学者的研究	8
三、现有研究成果的启示	14
第三节 研究框架和主要内容	14
第二章 服务业与服务产业的研究	17
第一节 服务业及服务产业内涵	17
一、服务的内涵	17
二、服务业的内涵	18
第二节 服务业的特征	20
一、服务的特征	20
二、现代服务业的特性	21
第三节 服务业的行业划分	22
一、官方关于服务业的分类标准	22
二、学者们关于服务业的分类	23

第三章 北京市商业服务业发展研究	27
第一节 北京市商业服务业发展概况	27
第二节 北京市商业服务业发展存在的问题与挑战	34
第三节 北京市商业服务业的发展战略	39
一、努力发展成为现代化综合性的大都市	39
二、大力发展文化产业	39
三、促进行业和地区间协调发展	40
四、打破垄断,推进服务业的企业化、产业化和社会化	40
五、健全法律法规和各项政策体系	41
六、依靠科技进步,加快人才培养	42
第四章 北京市批发业的发展与空间布局	43
第一节 北京市批发业的发展与总体布局	43
一、批发业概述	43
二、北京市批发业的发展	48
三、北京市批发业的总体空间布局	57
第二节 北京市商品交易市场的发展与空间布局	73
一、北京市商品交易市场整体布局	74
二、北京市商品交易市场发展中存在的问题	78
三、北京市商品交易市场发展趋势	82
第三节 北京市小商品批发市场的发展与空间布局	84
一、北京市小商品批发市场的现状	84
二、北京市小商品批发市场的空间布局现状	86
三、北京市小商品批发市场的空间布局规划调整	89
第四节 北京市农产品批发市场的发展与空间布局	90
一、北京市农产品批发市场的发展状况	91
二、北京市农产品批发市场存在的问题	92
三、北京市农产品批发市场的发展趋势	93

四、北京市农产品批发市场规划	95
五、结论	98
第五章 北京市零售业的发展与空间布局	100
第一节 北京市零售业发展现状	100
一、零售业概述	100
二、北京市零售业的发展	102
第二节 北京市零售业的空间布局	106
一、北京市商业中心及商圈布局的历史演变	106
二、北京市零售业空间布局的演变	112
三、北京市零售业空间布局的特征	114
第三节 影响北京零售业态空间布局的主要因素分析	121
一、零售业态自身的特性	121
二、城市规划的制约	124
三、人口因素	126
四、交通因素	131
五、级差地租对零售业态布局的影响	137
六、城区平均零售吸引力——利用赫夫模型对八大主城区 进行分析	140
第四节 北京市零售业态空间布局未来发展	147
一、北京市零售业态空间布局的变化趋势	147
二、北京市零售业态合理布局的保障措施	151
第六章 北京市物流业的发展与空间布局	154
第一节 北京市物流业的发展现状	154
一、物流业概述	154
二、北京市物流业的发展	156
第二节 北京市物流业的空间布局	163

一、北京市物流业空间布局特点·····	163
二、当前北京市物流业空间布局存在的问题·····	166
第三节 北京市物流业的空间布局发展趋势·····	168
一、加强服务性物流设施布局·····	168
二、推动产业集聚区专业物流设施布局·····	169
三、发展首都经济圈区域物流设施布局·····	170
四、开展国际物流设施布局·····	171
 第七章 北京市住宿和餐饮业的发展空间布局·····	173
第一节 北京市住宿和餐饮业的发展与总体布局·····	173
一、住宿和餐饮业概述·····	173
二、北京市住宿和餐饮业的发展概况·····	176
第二节 北京市住宿和餐饮业的空间布局·····	189
一、北京市住宿和餐饮业空间布局现状·····	189
二、北京市住宿和餐饮业空间布局的特点·····	202
三、影响北京市住宿和餐饮业空间布局的主要因素·····	204
四、北京市住宿和餐饮业未来发展趋势·····	208
五、结论·····	213
 参考文献·····	215

第一章

导 言

第一节 研究背景及意义

2014年2月,随着习近平主席对北京市南锣鼓巷的考察,关于“京津冀”一体化布局的发展思路开始成为政府和学术界研究的一个新课题。北京市政府随即开始对现有北京市城市规划开展评估和重新布局等工作。

北京市目前使用的规划是2004年出台的《北京城市总体规划(2004~2020年)》。按照该《规划》的精神,北京市的发展定位为“国家首都、国际城市、文化名城和宜居城市”。制定该规划的基本原则是坚持四个“服务”:更好地为中央党政军领导机关服务,为日益扩大的国际交往服务,为国家教育、科技、文化和卫生事业的发展服务,为市民的工作和生活服务。可以看出,该规划是将“服务”作为规划的核心基础。

作为一个常住人口超过2 000万的大型都市,北京市出现了“大城市病”的问题:人口膨胀、资源紧张、环境污染等,重新规划显得必要,在未来规划中“国家首都、文化名城和宜居城市”这样的城市定位依然会得到认可。在建设一个首都、保护和挖掘文化以及建设一个宜居城市的过程中,商业服务业将成为继续得以扶持和发展的行业。

商业服务业是目前北京市的重要行业之一。本书试图对当前北京市商业服务业空间布局及发展状况进行全面、深入的分析,以对即将开展的新型城市规划提供必要的帮助。

第二节 文献综述

20 世纪 60 年代以后,西方发达国家面临着经济结构的转型,服务业在经济活动中的地位越来越重要,与此同时,服务业研究逐渐成为地理学、经济学、社会学等领域的研究焦点。

商业服务业作为新兴行业,以其为对象的研究同样具有明显的时代特征。城市商业空间布局研究一直以来是国内外城市商业地理学研究的重要课题,其研究历史已有几百年,理论、方法和研究成果也比较成熟。其研究领域广泛,主要集中于城市地域内的各商业活动载体——商业中心的空间形态、等级体系、布局规律,以及商业活动客体——消费者空间行为、消费者空间分布状况等方面。

一、国外学者的研究

根据法国学者让·克洛德·德洛内等人的观点,西方服务经济理论研究可划分为五个阶段,即古典经济理论对服务的认识、卡尔·马克思的服务理论、“泛服务”理论、第三部门和后工业社会理论、服务产业化和新工业主义理论,在不同的历史阶段,对服务的认识各有不同。另外,国外关于商业地理学的研究也有长足的发展,由于理论发展时期和研究方法的不同,逐渐形成几大理论流派:20 世纪 50 年代以前是以德国地理学家克里斯特勒(Christaller, 1933)为代表的中心地理论的新古典主义学派,提出依据商业职能、辐射力等来界定中心地的范围,为商业空间布局研究提供了理论框架;五六十年代是以贝里为代表的空间分析学派,即用“数量”的方法来构建和模拟城市内商业空间的结构、形态、规模、相互关系等;六七十年代是以消费者行为、认知研究和社会经济阶层研究为导向的行为学派,以赖斯顿为代表,认为任何一级的中心地的消费者行为均有多样性。

(一) 服务业发展理论

1935 年,英国经济学家费希尔(A. G. B. Frisher)在其所著的《进步与

安全的冲突》一书中,首次在历史变迁和经济发展的框架内来讨论三大产业。按费希尔的定义,第一产业是农业和矿产业,第二产业是“将自然资源以各种方式转型”的加工制造业,第三产业是提供各种服务活动的产业。而人类生产活动的发展主要依循三阶段的变化,即首先是以农业和畜牧业为主的初级生产阶段,随后进入工业迅猛发展的第二阶段,再后来进入以服务业发展为主的第三阶段。第三阶段始于20世纪初期,主要特征为服务业在经济中的地位不断提高,服务业内部分工不断细化,各种新兴服务行业陆续涌现。

1968年,美国经济学家维克多·R·富克斯(Victor R. Fuchs)在其出版的被后人称为“服务经济学方面经典著作”的《服务经济》里,对服务经济进行了研究。关于服务业的定义,富克斯并没有做过多的理论分析,而是采用了排他法,将其定义为“第三”部门或“剩余”部门。并且指出,从事服务业的人员主要是劳动密集型部门里直接与消费者接触,几乎全部生产无形产品的“白领”阶层。富克斯对服务经济的实证研究观点,成为美国社会学家丹尼尔·贝尔的“后工业化”理论的来源之一。

丹尼尔·贝尔(Daniel Bell)在1973年出版的《后工业社会的来临,一个大胆的社会预言》一书中提出了社会发展的三阶段理论,即前工业社会、工业社会和后工业社会,他详细分析了后工业社会的特征,认为有四个特点:是服务社会;知识、科学和技术将在社会占主要地位;专业人员和具有突出重要作用;价值体系和社会控制方式将发生变化。贝尔的分析至少证明两点:其一,服务业作为一个产业整体,在经济发展的不同时期实际都在发展,它不像工业那样只在一个时期有显著增长;其二,服务业在不同时期适应不同的生产技术水平,有不同的内部变化和发展。

美国经济学家西蒙·史密斯·库兹涅茨(Simon Smith Kuznets)认为,现代经济增长实际上就是经济结构的全面变化。在资源的流向上,现代经济增长过程也不完全是向工业部门的单一流动,反而服务业在这一过程中吸纳的劳动人口更多,“工业化”过程并不表现为劳动力以向工业转移为主,而是以向服务业转移为主。

20世纪80年代,西方有一些经济学家认为,要解决经济危机、提高现

代经济的生产率,改变服务业的生产率滞后困境最为重要,主张服务业的生产方式要摆脱过去的小生产方式,融入更多的工业化生产方式,对服务业进行现代化和产业化改造。20世纪八九十年代,在服务业借助信息技术基本实现了产业化的国家如美国,经济增长比较稳定;而服务业产业化不足的国家如日本,则经济一直停滞不前。

综上所述,服务业随整体经济的发展而变化,总体趋势是在经济中的比重以及地位和作用随经济发展水平的提高而上升,并可能高速发展;服务业的发展水平必须与经济发展阶段和人均收入水平相适应,如果服务业的发展过于滞后,就会制约经济的发展和经济结构的调整,进而影响经济增长质量;服务业具有大量吸纳劳动力的潜力,在经济发展的各个阶段,服务业的就业比重基本都呈上升趋势,在工业化过程中,服务业的就业比重会超过农业和工业的总和。

(二) 商业空间布局理论

1. 中心地理论研究为取向的新古典主义学派

德国地理学家克里斯特勒(1933)调查分析了市场区形成的经济过程。他在《德国南部的中心地》一书中明确提出了中心地理论。他得出了三角形聚落分布、六边形市场区的网络结构,并提出了 $K=3$ 、 $K=4$ 、 $K=7$ 的三种基本类型。中心地理论是现代商业空间理论的重要基础,为后来的商业空间结构的研究构建了理论框架。而今,中心地理论仍是研究商业空间结构的主要理论,其提出的“中心地”与“级别”为后来的研究提供了很多直接和宝贵的依据和根源。

德国经济学家廖士(Losch, 1940)在其《区位经济学》一书中提出了“经济地景模型”,认为不同层次的中心地应该遵从市场体系的发展,并且在功能上实现专业化,形成互补的区位格局。廖士对城市市场经济区进行了系统的研究,构造了边界的无差别线模型,深化了中心地理论。

以中心地理论导向的商业空间结构理论,在克氏理论的基础上逐渐发展起来。但是从其理论根源来看还存在一些不足之处,一是中心地理论完全从理性经济观点出发,不考虑消费者行为的差异,只从规模及设施功能数量出发划分层次体系导致了理论的局限性;二是中心地理论认为中心地的产生与

存在来自周边地区对商品和服务的要求,其发展也来源于服务地的发展,这种自下而上的发展方式造成了中心地理论架构的封闭性。其实中心地的发展不但受到自下而上的发展动力,而且也应受到更高层次中心地发展的需求动力,两种动力共同促使中心地空间体系发展起来。

2. 数量革命引导下的空间分析学派

美国芝加哥大学地理系教授贝利(Berry, B. J. L., 1958)提出“第三产业活动理论”,由于现实环境不均匀性,贝利在消费者行为、可达性、城市土地价格三个基本影响因素上重建了中心地理论:最高级中心并非均匀分布,消费者对商品需求程度、购买力和交通将起决定作用,同一规模的中心地也可能出现功能差异。1965年,贝利又应用数量地理的研究方法,对芝加哥大都会区商业形态区位分布进行研究,提出了商业地理结构分成中心型、带状及特殊功能型三种商业区的“都市区商业空间结构模型”。贝利在前人研究的基础上,创新提出了带状和特殊功能两种商业区,对后来学者的研究有着极其深远的影响。

英国学者波特(Potter, 1981)在此基础上引入了多变量功能方程,从消费者的地理知识,社会性经济地位和家庭组织状况等对消费者的行为进行了描述与总结。在该研究框架中,波特运用了统计分析和图示的方法,得出商业区功能性质和它们的区位、易达性、功能性质、形态、发展规模、发展时期以及社会经济性质有着密切的关系。空间分析学派虽然由定性分析转为定量分析,使研究结果在预测能力等方面较新古典学派有了长足发展,但由于其过分追求技术、逻辑理论系统和空间分析的抽象化,使他们的研究脱离了实际的城市商业空间结构。

空间分析学派改变了商业空间的研究方法,与新古典学派相比,其研究特点主要有以下三点:一是由求异改为求同,寻求事物发展的规律性;二为由文字描述转为数据处理,运用统计学和数学分析方法去分析和说明问题;三为研究结果有预测能力。但是空间分析的抽象化使他们的工作脱离了城市发展的实际,使学者迷恋于技术和逻辑理论系统。逻辑系统与实际之间的巨大差异,使人们认为空间分析发现的关系仅在抽象逻辑上是真实的。

3. 消费者分析学派

贝利和盖瑞逊(1958)提出的三级活动理论第一次将消费者行为纳入

理论框架,首次对消费者前往最近的商业中心购物的假设提出挑战,将消费者行为与商业空间类型结合起来作为划分商业空间类型的标准。

格里奇 (Golledge, 1965) 将市场决策过程用动态程序来表现,并突出了认知在习惯性行为中的重要性。1967 年,他还提出了以消费者和经营者的行为为基础的区位选择模式。

道斯 (Dows, 1970) 提出商业设施认知结构的程序,从商业设施潜在顾客的角度出发来判断大量的有关属性、看法、倾向性、评估变量等因素的重要性。

赖斯顿 (Rushton, 1971) 首次从消费者行为观点去研究城市商业空间结构的问题,提出了行为—空间模型。该模型主要有以下三方面的观点,一是行为和商业空间结构是相互依赖、互相变化的;二是消费者行为和经营者的行为是互相影响的;三是行为者利用各种知觉的可能性作出偏好性选择的方式。赖斯顿认为任何一级中心地的消费者行为均有多样性的全新观点对后来学者的研究产生了很大影响。

大卫 (Davis, 1972) 提出了“购物中心层次性系统发展模型”,主要探讨了消费者不同的社会经济属性如何在消费者行为形态上以及购物中心商业设施的组成中产生不同的效应。

威廉·莱利 (William J. Reilly, 1929) 提出了测定商圈大小的法则——莱利法则,即商店的营业额同其本身的规模 (人口) 成正比,而同二者距离的平方成反比。

20 世纪 40 年代,齐普夫 (G. L. Zipf) 等创立了社会物理学派,将牛顿的万有引力定律引入商业的空间分析中,最终形成了商圈测定理论。这个理论最基本的模式是引力模式和潜能模式,前者分析和预测空间流 (货流、人流、信息流),后者则分析不同群体之间相互作用的机遇或概率。

美国学者哈夫 (D. L. Huff, 1963) 在前人研究的基础上综合考虑了更多因素,构建哈夫数学模型,使模型更加符合现实情况。

哈佛商学院 (20 世纪 80 年代) 在实践中创立了饱和理论,通过计算零售业市场饱和系数来测定某一商圈内某类商品销售的饱和程度,用于帮助新设商店的经营者了解某个地区同类行业过多还是不足。一般来说,位于饱和

程度低地区的商店,其成功的概率必然高于高度饱和地区。

行为学派对商业空间结构的研究都是从消费者行为方式和社会经济属性的角度来理解城市商业空间结构的形成与发展。他们认为商业空间层次结构不仅来源于经济法则,还来自消费者行为及社会经济属性,这正是这些理论最大的贡献。但是他们均把商业空间看成是一个自足的、封闭的空间体系,完全独立于外在空间体系之外,忽视了外在自上而下的发展动力的影响。这点缺陷成为这些模型的最大局限性。

(三) 服务业空间布局理论

经济学家阿隆索(W. Alonso, 1964)提出了竞租模型,即不同的服务行业因付租能力的不同而选择不同的区位,付租能力较高的先进生产服务业往往布局在条件最为优越的城市中心区,而占地面积大、付租能力低、对信息和市场不敏感的服务业一般布局在城市的近郊区(Scott, 1970)。

由于城市是服务业的主要集聚地,地租理论也成为服务业城市空间布局研究的主要理论基础。但服务业不仅布局在城市,并且比制造业更趋向于集聚,其目的是获得集聚经济。因此,有关服务业的空间集聚与城市经济的发展成为新的研究热点。部分学者研究了服务业的城市集聚规律及其产生的集聚经济,主要观点有如下两种:

一是现代生产服务业主要集中在一小部分国际性城市。艾尔瑞斯(Illeris, 1995)对北欧各国生产性服务业的空间分布、吉布(Gibe, 1993)等对联邦德国生产性服务业的就业分布实证研究都对这一结论进行了验证。

二是服务业集聚经济对城市体系结构产生重大影响。诺艾尔(Noyelle, 1984)等通过对全球化趋势下美国生产服务业的研究表明,高端的生产服务业在少数几个城市的集聚使得首位城市的地位更加突出;贝利(Bailly, 1995)分析了高端生产服务业对空间不均衡的影响,认为高端生产服务业和高度专业化的信息流在城市的集中促使了空间极化格局的形成。

部分学者研究了城市内部服务业空间分布规律后指出,服务业发展呈现出在中心商务区(CBD)的集中和办公郊区化趋势。海瑟尔斯(Hessels)对海牙、鹿特丹、阿姆斯特丹和乌得勒支4个城市737家商务服务机构进行研究,发现57%的企业发生过迁移,主要是迁往郊区。

二、国内学者的研究

“发展现代服务业”的提法最早出现在1997年9月党的十五大报告中。十五大报告概括了社会主义初级阶段的产业结构转换特征,认为这个阶段“是由农业人口占很大比重、主要依靠手工劳动的农业国,逐步转变为非农业人口占多数,包含现代农业和现代服务业的工业化国家的历史阶段”。2000年中央经济工作会议指出,“既要改造和提高传统服务业,又要发展旅游、信息、会计、咨询、法律服务等新兴服务业”。2005年中共中央关于制定“十一五”规划的建议中提出,“制定和完善促进服务业发展的政策措施,大力发展金融、保险、物流、信息和法律服务等现代服务业,积极发展文化、旅游、社区服务等需求潜力大的产业,运用现代经营方式和信息技术改造提升传统服务业,提高服务业的比重和水平”。2007年党的十七大的报告中又指出,“发展现代服务业,提高服务业比重和水平”,要“加快转变经济发展方式,推动产业结构优化升级”。

(一) 对服务业发展的研究

国内关于现代服务业的研究以2002年左右为节点,在这之前是以与现代服务业密切相关的另一概念——“生产性服务业”为主要研究对象,在这之后,现代服务业的研究越来越多。

20世纪90年代,西方生产性服务业发展引起了国内一些地理学家的关注,研究内容侧重于生产性服务业对城市和区域发展的影响和作用,研究对象主要集中在经济发达地区,如广州、上海等地。

阎小培(1990)以广州为案例,系统研究了服务业中的信息服务业与城市产业结构、经济发展、社会结构变化以及地域结构的关系,指出第三产业尤其是生产性服务业具有推动经济增长的功能,生产性服务业成为城市发展新的基本经济部门。此后,阎小培及其团队(1999、2003、2005)对广州生产性服务业的发展及其影响展开了深入研究,取得了显著的成果,如钟韵(2004)的博士论文《广州生产性服务业成长及其对珠江三角洲发展影响的研究》。宁越敏(2000)以上海为例,分析转型时期城市生产服务业和